

عنوان مقاله:

نقش بازاریابی مبتنی بر مکان در توسعه گردشگری (نمونه موردی: آثار تاریخی روستای سنگ بست فریمان)

محل انتشار:

پنجمین همایش بین المللی افق های نوین در علوم انسانی و مدیریت (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسنده:

رضا تقدیری - هیات علمی دانشگاه پیام نور

خلاصه مقاله:

گردشگری که با حس کنجاوی و جستجوگر بشر همراه بوده و تا چند دهه قبل جزء کالاها و خدمات «لوکس» بشمار می رفت امروزه تبدیل به «صنعت» شده و به یکی از پردرآمدترین مشاغل جهان محسوب می گردد. به جرات می توان آثار و ابنیه ای که از پیشینیان بجای مانده و امروزه عنوان زیبایی «میراث فرهنگی» را به خود اختصاص داده را از مهم ترین و شاید اصلی ترین عامل سفر و ایجاد گردشگری در طول تاریخ عنوان نمود. سرزمین تاریخی و کهن ایران بعنوان یکی از تمدن های باستانی جهان در اقصاء نقاط خود دارای آثار معماری و محوطه های زیادی است که استفاده بهینه از آنها می تواند جایگزین برخی از راه های درآمدی که برخلاف توسعه پایدار عمل می کند، شود. متأسفانه به دلایل مختلف (و از جمله اقتصاد دولتی) برخی از این آثار که می تواند بعنوان برند و پیشانی گردشگری و توسعه شهرها و روستاها عمل کنند کمتر مورد توجه قرار گرفته اند و غبار فراموشی چهره آنها را فراگرفته است. توجه و احیاء این آثار علاوه بر احترام به هویت تاریخی - فرهنگی کشور می تواند در رونق گردشگری و به تبع آن توسعه پایدار مناطق موثر واقع گرد شود. در همین راستا، مقاله حاضر به بررسی نقش و اهمیت احیاء محوطه باستانی سنگ بست فریمان (که جایگاه کهن ترین آثار تاریخی دوران اسلامی خراسان در تنها محوطه تاریخی دوران غزنویان در خاک کنونی ایران است و در سال 1310 در فهرست آثار ملی به ثبت رسیده) در توسعه پایدار منطقه پرداخته است. روش تحقیق پژوهش، توصیفی- تحلیلی است. اطلاعات تحقیق به دست آمده است. نتایج تحقیق نشان می دهد که احیاء و ساماندهی آثار و ابنیه محوطه تاریخی سنگ بست حتی در کوتاه مدت نیز در جذب و جلب گردشگر داخلی و خارجی موفق عمل نموده و از پتانسیل بالایی در جهت توسعه پایدار شهرستان با تکیه بر توان گردشگری تاریخی برخوردار است.

کلمات کلیدی:

محوطه تاریخی سنگ بست، توسعه پایدار، گردشگری، فریمان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1132024>

